

## **ABSTRAK**

Radio Merupakan Salah satu media yang memiliki kebutuhan untuk menyakinkan komunikasi yang dapat memacu perubahan masyarakat. Persaingan di dunia radio sekarang memiliki perkembangan yang pesat terlihat banyaknya radio-radio yang muncul dan ketatnya persaingan antar radio. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Loyalitas Pendengar pada perusahaan Radio Prambors Semarang. Variabel terikat adalah Loyalitas Pendengar dengan variabel intervening Brand Awareness. Variabel independen adalah Persepsi Kualitas Siaran dan Format Siaran

Sampel penelitian adalah 400 anak muda di Kota Semarang. Data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh melalui kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas siaran positif dengan Brand Awareness. Format siaran positif dengan Brand Awareness. Persepsi Kualitas Siaran berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pendengar. Semakin Menarik Format Siaran berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pendengar. Brand Awareness positif dengan Loyalitas Pendengar.

Kata kunci: Radio, Loyalitas Pendengar, Brand Awareness, Persepsi Kualitas Siaran